ÉTUDE SUR LES TOURISTES AYANT SÉJOURNÉ DANS LES ÉTABLISSEMENTS HÔTELIERS DE LA RÉGION MÉTROPOLITAINE DE MONTRÉAL DURANT L'ÉTÉ 1982

Québec

85-3636/

ÉTUDE SUR LES TOURISTES AYANT SÉJOURNÉ DANS LES ÉTABLISSEMENTS HÔTELIERS DE LA RÉGION MÉTROPOLITAINE DE MONTRÉAL DURANT L'ÉTÉ 1982

GOUVERNEMENT DU QUEBEC
Ministère du Tourisme

710, Place d'Youville
Québec (Québec)
G1R 4Y4

Publié par la Direction des communications

Préparé par la Direction générale du tourisme

Service analyse et programmation
Août 1984

Dépôt légal : 4ième trimestre 1984

Bibliothèque nationale du Québec

©Gouvernement du Québec

ISBN no: 2-550-11452-3

AVANT-PROPOS

Le secteur de l'hébergement et plus particulièrement celui des établissements hôteliers constitue un des piliers des revenus de l'industrie touristique avec un apport de 25 % à 30 % des recettes. Il est de plus un des indicateurs clefs pour identifier la provenance et l'importance des touristes qui viennent au Québec: Montréal et Québec sont les deux (2) agglomérations qui hébergent le plus de touristes au Québec.

C'est pourquoi, afin d'améliorer notre connaissance de notre clientèle touristique, la Direction générale du tourisme a décidé d'effectuer une étude sur l'origine et la durée de séjour des touristes venus dans les établissements hôteliers de Québec et de Montréal durant l'été 1982.

Ce mandat a été confié au Service analyse et programmation qui a notamment pour rôle d'effectuer des sondages et des études sur les marchés et produits touristiques.

MICHEL ARCHAMBAULT,
Sous-ministre adjoint
au Tourisme

FAITS SAILLANTS

Cette étude avait comme objectif général d'ajouter à nos connaissances sur la clientèle touristique du Québec et plus particulièrement sur des questions relatives à son origine, à sa durée de séjour, au taux d'occupation des établissements hôteliers et à l'importance relative de la clientèle de groupe par rapport à la clientèle autonome. Une étude similaire a été faite sur la clientèle de la région de Québec.

Nous avons consulté environ 36 000 fiches d'enregistrement prélevées auprès de 19 établissements et répartis sur 28 jours de l'été 1982. Lors de la cueillette des données, nous avons réparti la clientèle en 120 origines possibles. Pour l'analyse des résultats, nous avons ramené ce nombre à 67 origines dont l'importance s'est avérée significative.

La répartition des inscriptions selon les quatre grandes origines nous donne le résultat suivant: les États-Unis 34,2%, le Québec 30,3%, les autres provinces canadiennes 26,1% et les autres origines 9,2%.

Environ 85% de la clientèle américaine réside à moins de 1 000 milles de Montréal, la région métropolitaine de New York fournissant 19,6% de la clientèle américaine. Le résultat le plus inattendu sur la clientèle québécoise est que 53,5% des inscriptions québécoises dans les hôtels de Montréal sont au nom de Montréalais. La région de Québec vient au second rang avec 14,2% alors que les autres régions du Québec, ne fournissent que 33,3% de la clientèle québécoise. Quant aux inscriptions d'autres provinces canadiennes que le Québec, l'Ontario en fournit 74,3%. Aucune autre province ne fait une contribution importante. La clientèle d'"autres pays" provient surtout de l'Europe de l'Ouest avec 70,2% de la clientèle de ce groupe.

Sur la base des inscriptions, la provenance de la clientèle varie considérablement selon la classe d'établissement, les établissements de 2 et 3 lys recevant davantage une clientèle québécoise alors que les établissements d'une classification plus élevée reçoivent considérablement plus de clients étrangers qu'attendu statistiquement.

La durée moyenne de séjour pour l'ensemble des inscriptions a été de 1,82 jour. Plus l'établissement compte de lys, plus la durée moyenne de séjour s'allonge passant de 1,28 jour pour les établissements de 2 lys à 2,24 jours pour les établissements de 6 lys. L'origine du client influence également la durée moyenne de séjour. En général, plus le client vient de loin, plus il séjourne longtemps dans le même établissement tel que l'indiquent les résultats suivants: Québec (1,40), autres provinces canadiennes (1,83), États-Unis (2,10) et "autres pays" (2,17). Ces résultats confirment que la clientèle est essentiellement une clientèle de passage ou tout au plus une clientèle de très court séjour.

L'importance relative de la clientèle selon les quatre grandes origines a été évaluée en pondérant l'importance relative des inscriptions de ces régions par leur durée moyenne de séjour respective. Ainsi, la part du marché américain passe donc à 39,5%, celle du marché des autres provinces canadiennes monte au deuxième rang avec 26,2%, celle du Québec tombe au troisième rang avec 23,3% et celle des autres origines s'établit à 11%.

Le taux d'occupation global pour l'été 1982 fut évalué à 51,6% ce qui est possiblement une sous-estimation en dépit du fait que l'été 1982 fut anormalement mauvais pour notre industrie hôtelière. Ce taux d'occupation varie sensiblement selon la classe d'établissement, ceux de 6 lys affichant un taux d'occupation de 61,9%.

En ce qui concerne les types de clientèle, nous avons considéré comme touristes de groupes, les clients faisant partie d'un voyage organisé et ceux venant assister à un congrès ou à toute manifestation apparentée, les autres clients étant considérés comme clients autonomes. Selon l'information disponible chez les hôteliers, nous avons répertorié au moins 17,3% des inscriptions qui correspondaient à notre définition de touristes de groupes. Toutefois, ce résultat varie considérablement selon la classe d'établissement. A titre d'exemple, les établissements de 2 lys comptaient 3,8% de leurs clientèle qui correspondait à cette définition alors que ceux de 6 lys en comptaient 28,9%.

Selon l'origine du client, on observe des différences importantes dans la répartition du type de clientèle. En effet, la clientèle de groupe est de 4,3% pour les Québécois, de 12,2% pour les Canadiens des autres provinces, de 27,1% pour les Américains et de 37,5% pour ceux des "autres pays".

A partir des résultats de l'étude, on peut tirer un certain profil comparatif des clientèles selon leur origine en examinant comment ces clientèles se démarquent de l'ensemble de la clientèle.

De façon générale, la clientèle d'origine québécoise provient surtout de la région de Montréal (53,5%), voyage de façon autonome (95,7%), s'inscrit davantage à deux personnes (61%), davantage dans des établissements de deux et trois lys que l'ensemble de la clientèle (49%), et y séjourne moins longtemps que l'ensemble de la clientèle (1,40%).

La clientèle des autres provinces canadiennes provient surtout de l'Ontario (74,3%) et particulièrement de Toronto (30,4%). Cette clientèle voyage plus de façon autonome (87,8%) et s'inscrit plus souvent seule que l'ensemble de la clientèle (53%). Sa durée de séjour est égale à la durée de séjour globale. Elle préfère plus les établissements de 4, 5 et 6 lys que l'ensemble de la clientèle (91%). En général toutefois, ce client est celui dont les caractéristiques semblent se rapprocher le plus de celles de l'ensemble de la clientèle.

La clientèle américaine provient à 85% d'un rayon inférieur à 1 000 milles de Montréal, très souvent de New York (19,6%). Cette clientèle s'inscrit à deux personnes un peu plus souvent que la moyenne (56%) et à trois personnes et plus beaucoup plus souvent que la moyenne (9%). Sa durée de séjour est sensiblement supérieure à la moyenne (2,10). Cette clientèle voyage aussi plus souvent en groupe que l'ensemble de la clientèle (27,1%), fréquente les établissements de 4 lys et plus à 85% du temps.

La clientèle des autres pays provient majoritairement de l'Europe de l'ouest (70,2%). C'est celle qui voyage le plus souvent en groupe (37,5%) et qui séjourne le plus longtemps dans le même établissement (2,17 jours). Celle clientèle s'inscrit presque toujours dans les établissements de 4 lys et plus (92%). Elle concentre sa venue durant les moins de juillet et août (60%).

TABLE DES MATIÈRES

		page
AVANT-PROPOS		I
FAITS SAILLANTS		II
TABLE DES MATIÈRES		VI
1.	INTRODUCTION	1
1.1	Les objectifs de l'étude	2
1.2	Présentation séparée des résultats de la région de Montréal et de la région de Québec	2
1.3	Intervenants impliqués dans la réalisation de l'étude	3
2.	LA MÉTHODOLOGIE	4
2.1	L'unité d'échantillonnage	5
2.2	La période de référence	5
2.3	Le territoire couvert	5
2.4	La stratification de l'échantillon	5
2.5	La technique d'enquête	8
2.6	L'ensemble des répondants	9
2.7	La pondération	9
3.	L'ANALYSE DES RÉSULTATS	10
3.1	L'analyse des résultats globaux	11
3.1.1	Répartition des inscriptions selon la classe d'établissement	11
3.1.2.	Répartition des inscriptions selon la taille des établissements	12
3.1.3	Répartition des inscriptions selon le mois de l'année	13

TABLE DES MATIÈRES (suite)

		page
3.1.4	Répartition des inscriptions selon la journée de la semaine.....	14
3.1.5	Répartition des inscription selon le nombre d'occupants.....	14
3.1.6	Répartition des inscriptions selon la durée de séjour.....	15
3.2	Analyse des résultats en fonction des objectifs spécifiques de l'étude.....	16
3.2.1.	L'origine des touristes.....	16
3.2.1.1	Analyse de l'origine des touristes en fonction des autres variables.....	23
3.2.1.2	Répartition de la clientèle selon l'origine et la classe de l'établissement.....	23
3.2.1.3	Répartition de la clientèle selon la classe d'établissement et l'origine.....	24
3.2.1.4	Analyse des résultats en fonction de l'origine et en fonction de la taille de l'établissement....	26
3.2.1.5	Répartition de la clientèle selon le mois d'inscription et l'origine.....	26
3 .1.6	Répartition de la clientèle selon le type d'occupation et l'origine.....	27
3.2.2	La durée moyenne de séjour.....	28
3.2.2.1	La durée moyenne de séjour selon la classe.....	29
3.2.2.2	La durée moyenne de séjour selon la taille d'établissement.....	29
3.2.2.3	La durée moyenne de séjour selon le mois.....	30
3.2.2.4	La durée moyenne de séjour selon la journée de la semaine.....	31
3.2.2.5	La durée moyenne de séjour selon le nombre d'occupants.....	31
3.2.2.6	La durée moyenne de séjour selon l'origine.....	32
3.2.2.6.1	La durée moyenne de séjour des Québécois.....	34
3.2.2.6.2	La durée moyenne de séjour des Canadiens autres que Québécois.....	34

TABLE DES MATIÈRES (suite)

		page
3.2.2.6.3	La durée moyenne de séjour des Américains.....	35
3.2.2.6.4	La durée moyenne de séjour des touristes des "autres pays".....	36
3.2.2.7	Commentaires.....	37
3.2.3	Le taux d'occupation des établissements hôteliers.	39
3.2.3.1	Le taux d'occupation selon la classe d'établissement.....	42
3.2.3.2	Le taux d'occupation selon la taille de l'établissement.....	43
3.2.3.3	Le taux d'occupation selon le mois.....	44
3.2.3.4	Commentaires.....	44
3.2.4	L'importance relative du tourisme de groupe.....	45
3.2.4.1	L'importance relative des types de touristes selon la classe de l'établissement.....	46
3.2.4.2	L'importance relative des types de touristes selon la taille de l'établissement.....	46
3.2.4.3	L'importance relative des types de touristes selon le mois.....	47
3.2.4.4	L'importance relative des types de touristes selon la durée de séjour.....	48
3.2.4.5	L'importance relative des types de touristes selon les principales origines.....	48
4.	CONCLUSION.....	50
5.	ANNEXE: LES FAITS SAILLANTS DE L'ÉTUDE SUR LES TOURISTES AYANT SÉJOURNÉ DANS LES ÉTABLISSEMENTS HÔTELIERS DE LA RÉGION MÉTROPOLITAINE DE QUÉBEC ET COMPARAISON AVEC LES RÉSULTATS DE L'ÉTUDE DE LA RÉGION DE MONTRÉAL.....	53
5.1	Les faits saillants de l'étude de la région de Québec.....	54
5.2	Comparaison schématique des principaux résultats obtenus dans les deux études.....	58

1. INTRODUCTION

1.1 Les objectifs de l'étude

Dans le but de mieux connaître la clientèle touristique du Québec et particulièrement afin de mieux la rejoindre par son programme de publicité, le Service analyse et programmation de la Direction du développement touristique du Ministère de l'Industrie, du Commerce et du Tourisme s'est vu confier une étude dont les objectifs plus spécifiques devaient être les suivants:

- connaître l'origine des touristes ayant séjourné dans les établissements hôteliers des régions métropolitaines de Montréal et de Québec au cours de l'été 1982;

- de mesurer la durée moyenne de séjour de ces touristes;

- de mesurer le taux d'occupation de ces établissements hôteliers;

- d'évaluer l'importance relative du tourisme de groupe dans ces deux régions.

1.2 Présentation séparée des résultats de la région de Montréal et de la région de Québec

Pour les fins de la présentation des résultats, deux rapports furent élaborés. Le premier rend compte des résultats obtenus dans la région de Montréal alors que le second rend compte des résultats obtenus dans la région de Québec.

1.3 Les intervenants impliqués dans la réalisation de l'étude

L'étude a été réalisé conjointement par messieurs Pierre Boies, Denis Guillet et Laurent Brunet. Monsieur Raymond Depatie de la Direction générale du tourisme a défini les objectifs, la méthodologie et les clientèles visées. Le Service de l'hôtellerie a apporté sa vaillante contribution à la cueillette des données. La firme CROP Inc. a effectué le traitement des données selon le plan de traitement que nous lui avons soumis. Monsieur Denis Guillet a rédigé le rapport sur les données obtenues dans notre échantillon de Québec alors que monsieur Laurent Brunet a fait de même pour les données obtenues dans notre échantillon de Montréal.

Nous tenons à souligner la précieuse collaboration des établissements hôteliers des régions de Montréal et de Québec qui nous ont gracieusement permis l'accès à leurs régistres malgré les dérangements que celà pouvait leur occasionner.

2. LA MÉTHODOLOGIE

Essentiellement, la méthodologie utilisée pour remplir le mandat a consisté à recueillir les données de base à même les fiches d'enregistrement des clients des établissements hôteliers sélectionnés. Une description plus détaillée de la méthodologie suit.

2.1 L'unité d'échantillonnage

La fiche d'inscription complétée par le client louant une chambre dans un établissement hôtelier classifié deux lys ou plus a constitué l'unité d'échantillonnage.

2.2 La période de référence

La période de référence s'étend du 1er juin au 30 septembre 1982. Ceci représente un total de 122 jours.

2.3 Le territoire couvert

Dans la région de Montréal, nous avons retenu les villes de Montréal, Longueuil, Brossard et Ville-St-Laurent. Ces villes furent choisies en fonction du fait que sur la base des informations dont nous disposions, elles pouvaient être qualifiées de point de destination ou de voie importante d'acheminement pour la région.

2.4 La stratification de l'échantillon

Dans l'élaboration de l'échantillon, nous avons d'abord voulu nous assurer que tous les jours de la semaine des quatre mois considérés seraient représentés. Ainsi pour chaque mois, une date de départ a été déterminée au hasard parmi les jours composant le mois. Le jour de la semaine correspondant à cette date devenait le

premier jour-observation. Par la suite, nous avons sélectionné un jour-observation par huit jours de calendrier jusqu'à ce que tous les jours de la semaine soient représentés en revenant au début du mois si nécessaire. Le tableau 1 montre les jours ainsi sélectionnés.

Tableau 1

Journées d'enregistrement sélectionnées

JOURS	MOIS			
	juin	juillet	août	septembre
dimanche	6	4	1	19
lundi	14	12	9	27
mardi	22	20	17	7
mercredi	30	28	25	15
jeudi	10	8	5	2
vendredi	18	16	13	24
samedi	26	24	21	11

La région de Montréal comptant sur une infrastructure hôtelière très diversifiée, nous avons voulu nous assurer qu'un nombre minimum d'établissements classés de 2 lys à 6 lys soient représentés dans l'échantillon. Ce nombre minimum a été fixé à 25% des établissements d'une classe ou à deux établissements pour toute classe qui comptait moins de huit établissements. Pour les fins de notre étude, nous avons ignoré les établisse-

ments classés 0 lys et 1 lys parce que nos informations sont à l'effet que leur vocation touristique est limitée.

Selon le répertoire Hébergement Québec 1982, on retrouvait 62 établissements hôteliers comptant de 2 à 6 lys dans les municipalités de la région de Montréal que nous avons retenues. La répartition par classe et par municipalité apparaît dans le tableau suivant.

Tableau 2

Répartition des établissements hôteliers selon certaines municipalités de la région de Montréal et selon leur classification.

Municipalités de la région de Montréal

classification	Montréal		Longueil		Brossard		St-Laurent		Total	
	éta. n	ch. n	éta. n	ch. n	éta. n	ch. n	éta. n	ch. n	éta. n	ch. n
2 lys	15	991	-	-	6	312	2	147	23	1450
3 lys	5	452	3	182	8	345	3	431	19	1410
4 lys	11	3049	-	-	-	-	3	575	14	3624
5 lys	3	1072	1	216	-	-	-	-	4	1288
6 lys	8	4870	-	-	-	-	-	-	8	4870
TOTAL:	42	10434	4	398	14	657	8	1153	68	12642

Nous avons ainsi déterminé à 19 le nombre d'établissements requis pour la région de Montréal soit 6 établissements de 2 lys, 5 établissements de 3 lys, 4 établissements de 4 lys, 2 établissements de 5 lys et 2 établissements de 6 lys. Le nom des établissements a été

choisi au hasard, de même que celui des établissements substituts. Nous avons dû recourir à cette liste d'établissements substituts à quatre reprises, soit deux fois pour les établissements de deux lys et deux fois pour les établissements de trois lys.

2.5 La technique d'enquête

Les données furent recueillies par des employés du M.I.C.T. qui se sont rendus sur place transcrire les données sur des formules appropriées à partir des registres des établissements hôteliers inclus dans l'échantillon. Ainsi, les fiches d'enregistrement des clients qui se sont inscrits au cours des 28 jours- observation nous ont procuré les données suivantes:

1. l'origine du ou des clients.

   Le personnel préposé à la collecte des données devait inscrire l'adresse du client. Dans un deuxième temps, ces origines furent codifiées ou numérotées de 1 à 120. Dans le cas des villes auxquelles nous avons cru opportun d'attribuer un numéro d'identification, nous avons inclu sous le même numéro leurs villes de banlieue. Toutes les origines d'une province ou d'un état qui ne furent pas spécifiquement rattachées à un centre urbain important furent incluses sous les vocables "ailleurs dans la province" ou "ailleurs dans l'état".

2. le nombre d'occupants.

   Les nombres possibles d'occupants furent limités à trois soit 1, 2 ou 3 occupants et plus.

3. la durée de séjour.

   La durée de séjour fut limitée à 4 possibilités, soit 1, 2, 3 ou 4 nuits et plus.

4. le type de voyage, lorsque cette information était disponible.

   Par type de voyage, on entend ici les voyages qui sont faits de façon autonome d'une part et d'autre part, les voyages qui sont faits en groupe de même que les participations à des congrès.

2.6 L'ensemble des répondants

Les données furent recueillies à partir de 36 243 fiches d'enregistrement. Certaines d'entre elles furent retenues même si elles ne contenaient par toutes les informations désirées. Ceci explique que le total de tous les tableaux ne soit pas exactement le même. Certaines autres fiches d'enregistrement furent ignorées parce qu'elles ne contenaient pas suffisamment d'informations. Toutefois, dans les deux cas, il s'agit là de proportions très faibles de fiches d'enregistrement, ce qui n'a pas eu pour effet d'altérer les résultats.

2.7 La pondération

Considérant que nous avions un échantillon stratifié non-proportionnel, il aurait été préférable de pondérer les données afin d'en rétablir l'ordre proportionnel. Toutefois, pour des raisons d'ordre technique, cette pondération n'a pu être faite lors du traitement informatique des données. Ainsi, pour clarifier la situation, nous avons procéder à différents tests de pondération a postériori qui nous ont confirmé que les résultats de l'étude demeurent statistiquement très valables.

3. L'ANALYSE DES RÉSULTATS

L'analyse des résultats se fera en deux temps. Dans un premier temps, nous examinerons les résultats globaux de l'enquête. Dans un second temps, nous tenterons de répondre aux questions spécifiques qui constituaient l'objectif essentiel de l'enquête.

3.1 L'analyse des résultats globaux

3.1.1 Répartition des inscriptions selon la classe d'établissement

La répartition des inscriptions varie considérablement d'une classe d'établissement à l'autre. Toutefois, la majeure partie de ces variations s'explique par le fait que le nombre de chambres des établissements d'une même classe varie aussi considérablement comme l'illustre le tableau suivant.

Tableau 3

Répartition du nombre de chambres et du nombre d'inscriptions en termes absolus et relatifs selon la classe d'établissement et comparaison du nombre de chambres dans la région.

	Classe d'établissement					
	2 lys	3 lys	4 lys	5 lys	6 lys	total
Nombre de chambres	498	346	1 762	583	1 382	4 571
% de chambres	10,9%	7,6%	38,6%	12,8%	30,2%	100%
Nombre d'inscriptions	5 488	2 942	13 313	3 803	10 697	36 243
% d'inscriptions	15,1%	8,1%	36,7%	10,5%	29,5%	100%
Nombre de chambres dans la région	1 450	1 410	3 624	1 288	4 870	12 642
% de chambres dans la région	11,5%	11,1%	28,7%	10,2%	38,5%	100%

En comparant l'importance relative des chambres avec celle des inscriptions, on peut dès lors conclure que les établissements qui ont une basse classification, particulièrement ceux classés 2 lys, ont un taux d'inscription plus élevé que les établissements qui ont une classification élevée. On prendra garde ici de ne pas confondre le taux d'inscription avec le taux d'occupation, ce dernier étant fonction de deux variables, soit le taux d'inscription et la durée de séjour.

3.1.2 Répartition des inscriptions selon la taille des établissements

Les établissements hôteliers ont été rassemblés en trois groupes selon leur taille: petits (13 à 39 chambres), moyens (40 à 199 chambres) et grands (200 chambres et plus). Encore une fois, on observe d'importantes variations dans le nombre d'inscriptions selon les groupes. Celles-ci sont davantages dues à des variations du nombre de chambres par groupe. En comparant, le nombre de chambres échantillonnées et le nombre d'inscription, le tableau 4 nous permet d'observer que sur une base relative, les petits et les moyens établissements ont un taux d'inscription plus élevé que les grands établissements.

Tableau 4

Répartition du nombre de chambres et du nombre d'inscriptions en termes absolus et relatifs selon la taille des établissements et comparaison du nombre total de chambres dans la région.

	Taille des établissements			
	3-39	40-199	200 et plus	Total
Nombre de chambres	143	819	3 609	4 571
% de chambres	3,1%	17,9%	79,0%	100%
nombre d'inscriptions	1 989	7 537	26 717	36 243
% d'inscriptions	5,5%	20,8%	73,7%	100%
Nombre de chambres dans la région	458	2 791	9 393	12 642
% de chambres dans la région	3,6%	22,1%	74,3%	100%

3.1.3 Répartition des inscriptions selon le mois de l'année

Ayant échantillonné le même nombre de jours dans chacun des quatre mois, nous aurions dû obtenir environ 25% des inscriptions à chaque mois dans l'hypothèse où les hôteliers de Montréal faisaient face à une offre égale définie selon le nombre d'inscriptions. Le tableau suivant nous permet de constater que les mois d'août et de septembre sont légèrement plus achalandés alors que les résultats du mois de juin nous permettent de constater que ce mois fut sensiblement moins achalandé que les autres.

Tableau 5

Répartition du nombre d'inscriptions selon les mois sur lesquels portait l'enquête.

juin	juillet	août	septembre	Total
7 844	8 793	9 823	9 511	35 971
21,8%	24,4%	27,3%	26,4%	100%

3.1.4 Répartition des inscriptions selon la journée de la semaine

Pour la période étudiée, le nombre d'inscriptions n'a pas varié beaucoup selon la journée de la semaine à l'exception du dimanche dont l'achalandage fut nettement inférieur à la moyenne et du lundi dont il fut sensiblement supérieur à la moyenne. Le tableau suivant montre la répartition des inscriptions en termes absolus et relatifs selon la journée de la semaine.

Tableau 6

Répartition des inscriptions en termes absolus et relatifs selon la journée de la semaine.

dimanche	lundi	mardi	mercredi	jeudi	vendredi	samedi	Total
3 956	5 924	5 523	4 853	5 249	5 673	4 793	35 971
11,0%	16,5%	15,4%	13,5%	14,6%	15,8%	13,3%	100%

3.1.5 Répartition des inscriptions selon le nombre d'occupants

Relativement au nombre d'occupants d'une chambre, nous avons regroupé les données selon qu'il y avait un, deux ou trois occupants et plus. Le tableau suivant fait état de la répartition du nombre d'occupants entre ces groupes.

Tableau 7

Répartition des inscriptions en termes absolus et relatifs selon le nombre d'occupants.

Nombre d'occupants			
1	2	3 et plus	Total
15 102	18 767	2 128	35 997
42%	52,1%	5,9%	100%

3.1.6 Répartition des inscriptions selon la durée de séjour

La durée de séjour ou le nombre de nuits que le client a passé dans l'établissement hôtelier a été enregistrée en quatre classes soit de une nuit à quatre nuits ou plus. Le tableau suivant fait état de la répartition selon la durée de séjour. On remarque que plus de la moitié des inscriptions ont une durée de séjour d'une seule nuit.

Tableau 8

Répartition des inscriptions en termes absolus et en termes relatifs selon la durée de séjour.

Durée du séjour				
1	2	3	4 nuits et plus	Total
19 350	9 570	4 106	2 961	35 987
53,8%	26,6%	11,4%	8,2%	100%

3.2 Analyse des résultats en fonction des objectifs spécifiques de l'étude

3.2.1 L'origine des touristes

En vertu de notre système de codification, nous avions retenu 120 origines possibles. Plusieurs de ces origines se sont avérées peu importantes. Pour ne pas allonger davantage notre tableau et pour en faciliter la compréhension, nous avons ramener à 67 le nombre d'origines. Aucune origine comptant pour 0,4% ou plus de l'échantillon total n'a été éliminée. Le tableau suivant fait état de la répartition de la clientèle par origine.

Tableau 9

Répartition des inscriptions en termes absolus et en termes relatifs selon les origines.

		Nombre	Pourcentage
I	Province de Québec		
	(selon les 18 régions touristiques)	10 894	30,3
	Bas-St-Laurent	170	0,7
	Québec	1 548	4,3
	Pays-de-l'Érable	278	0,8
	Mauricie, Bois-Franc, Centre-du-Québec	345	1,0
	Estrie	348	1,0
	Richelieu, Rive-Sud	865	2,4
	Laurentides	197	0,5
	Montréal	5 828	16,1
	Outaouais	308	0,8
	Abitibi-Témiscamingue	343	0,9
	Saguenay, Lac-St-Jean, Chibougamou	342	0,9
	Ailleurs dans la province (7 régions touristiques)	322	0,9

		Nombre	Pourcentage
II	Autres provinces canadiennes	9 538	26,1
	Ontario	7 085	19,5
	Toronto	2 899	8,0
	Ottawa	1,001	2,8
	Kitchener, Waterloo, Guelph et Cambridge	366	1,0
	Hamilton	259	0,7
	Ailleurs en Ontario	2 560	7,0
	Terre-Neuve	229	0,6
	Ile-du-Prince-Édouard	33	0,1
	Nouvelle-Écosse	337	0,9
	Nouveau-Brunswick	415	1,1
	Manitoba	191	0,5
	Saskatchewan	123	0,3
	Alberta	520	1,4
	Colombie-Britanique	605	1,7
III	Etats-Unis	12 343	34,2
A	Nouvelle-Angleterre	2 225	6,1
	Maine	204	0,6
	New Hampshire	134	0,4
	Vermont	216	0,6
	Massachussetts	922	2,5
	Boston	386	1,1
	Ailleurs dans l'état	536	1,4

		Nombre	Pourcentage
	Connecticut	611	1,6
	Bridgeport, New Haven, Stamford	305	0,8
	Ailleurs dans l'état	306	0,8
	Rhode Island	138	0,4
B	Atlantique Centre	5 082	14,0
	New York	3 430	9,5
	New York et Long Island	2 423	6,7
	Albany, Troy et Shenectady	255	0,7
	Syracuse	174	0,5
	Ailleurs dans l'état	578	1,6
	Pennsylvanie	742	2,0
	Philadelphie	357	1,0
	Ailleurs dans l'état	385	1,0
	New Jersey	910	2,5
C	Atlantique Sud	1 466	4,1
	Maryland	214	0,6
	Georgie	513	1,4
	Floride	396	1,1
	Autres (Delaware, Washington D.C., Virginie occidentale, Virginie, Caroline du nord et Caroline du sud)	343	1,0

		Nombre	Pourcentage
D	Centre Nord-Est	1 681	4,7
	Wisconsin	206	0,6
	Michigan	468	1,3
	Détroit	261	0,7
	Ailleurs dans l'état	207	0,6
	Illinois	405	1,1
	Chicago	250	0,7
	Ailleurs dans l'état	155	0,4
	Indiana	260	0,7
	Fort Wayne	249	0,7
	Ailleurs dans l'état	11	0,0
	Ohio	342	1,0
	Centre Sud-Est (Kentuky, Tennessee, Missisippi, Alabama)	115	0,3
	Centre Nord-Ouest (Dakota du Nord, Dakota du Sud, Minnesota, Iowa, Nebraska, Kansas, Missouri)	242	0,7
G	Centre Sud-Ouest (Oklahoma, Arkansas, Texas, Louisiane)	360	1,0
H	Montagnes (Montana, Idaho, Wyoming, Nevada, Utah, Colorado, Nouveau-Mexique, Arizona)	255	0,7
I	Pacifique (Washington, Orégon, Californie)	917	2,5
IV	Europe de l'ouest	2 338	6,5
	France	482	1,3
	Angleterre	213	0,6
	Allemagne de l'ouest	294	0,8
	Pays Bas	307	0,8
	Espagne	565	1,6
	Autres pays de l'Europe de l'ouest	477	1,2

		Nombre	Pourcentage
V	**Autres pays**	992	2,7
	Mexique	234	0,6
	Autres pays du continent américain	265	0,7
	Asie	328	0,9
	Autres pays du monde	165	0,5

En réduisant davantage le nombre d'origines à 5, on constate que par ordre d'importance, celles-ci sont:

- les États-Unis 34,2%
- le Québec 30,3%
- les autres provinces canadiennes 26,1%
- l'Europe de l'ouest 6,5%
- les autres pays 2,7%

Sur la base des données recueillies, on constate qu'à plus de 90%, les touristes proviennent de l'Amérique du Nord.

L'examen plus détaillé des trois grandes régions nous permet de faire d'autres observations instructives. D'abord, aux Etats-Unis, on remarque que quatre régions qui sont approximativement à moins de 1 000 milles de Montréal, à savoir la Nouvelle-Angleterre, l'Atlantique centre, l'Atlantique sud et le Centre Nord-Est contribuent à 28,9% des inscriptions totales et à 84,5% des inscription américaines. L'état de New York à lui seul fournit 9,5% des inscriptions totales et 27,8% des inscriptions américaines. Plus spécifiquement, des villes de New York et de Long Island nous proviennent 6,7% de la clientèle totale et 19,6% de la clientèle américaine.

En ce qui concerne le Québec qui se classe comme la deuxième grande région d'origine, il est d'abord étonnant de constater que la région de Montréal constitue la région d'origine la plus importante du Québec avec 16,1% de l'échantillon total ou 53,5% des inscriptions dont les auteurs sont originaires du Québec. Comment expliquer ce résultat? Notre étude ne portait pas sur les motifs qui pouvaient expliquer la présence des clients. Elle se limitait à recueillir certaines données factuelles. Néanmoins, devant ce résultat inattendu, nous nous permettrons d'avancer certaines hypothèses. En premier lieu, il faut certainement y inclure bon nombre de tourtereaux pour employer un euphémisme. Par ailleurs, dans une ville commerciale comme Montréal, il n'est pas rare d'y voir de ses citoyens louer une chambre dans un hôtel où se tient un congrès, une exposition, une réunion d'affaires, une session d'étude, afin d'être mieux intégré au groupe et de pouvoir assister au plus grand nombre d'activités. De plus, il faut compter un nombre indéterminé d'inscriptions qui ont été faites au nom d'une entreprise locale hôtesse d'un visiteur étranger. En effet, après vérification, il semble que l'origine apparaissant sur certaines fiches d'inscriptions soit celle de l'entreprise qui a fait la réservation et qui a réglé la note d'hôtel plutôt que celle de l'utilisateur de la chambre.

En ce qui concerne les inscriptions des clients qui proviennent des autres provinces du Canada, il faut d'abord noter que l'Ontario fournit 19,5% de la clientèle totale ou 74,3% de la clientèle des autres provinces. Ensuite, ce sont les deux provinces les plus éloignées de Montréal, soit la Colombie-Britanique avec 1,7% et l'Alberta avec 1,4% qui fournissent le plus de clients. Les provinces maritimes ne fournissent au total que 2,7% de la clientèle, le Nouveau-Brunswick venant en tête avec 1,1%.

En regardant d'un peu plus près la répartition de l'origine des inscriptions de la clientèle ontarienne, on observe que Toronto est au premier rang avec 8,0% de la clientèle totale, ce qui veut dire qu'après Montréal, Toronto constitue l'origine la plus importante. Elle est même plus importante que toutes les provinces du Canada si on y exclut le Québec et l'Ontario. Ottawa fournit 2,8% de la clientèle et se classe cinquième comme origine parmi toutes les villes. Les habitants des autres villes d'Ontario constituent aussi une clientele importante pour les hôteliers de Montréal, soit 8,7% de la clientèle totale.

La clientèle de l'Europe de l'ouest représente 6,5% de la clientèle totale. Cinq pays, l'Espagne et la France en tête fournissent 79,6% des clients européens. L'importance de la clientèle espagnole nous ayant un peu étonné, nous avons tenté d'en savoir davantage. Nos enquêteurs nous ont rapporté qu'un établissement hôtelier faisant partie de notre échantillon a une entente avec le transporteur aérien espagnol pour recevoir les clients de cette entreprise qui sont en transit à Montréal. Cette explication semble confirmée par le fait que nos résultats indiquent que la durée moyenne de séjour des espagnols est de 1,31 jours et que 83,7% d'entre eux séjournent un seul jour alors que la durée moyenne de séjour de l'ensemble des clients des "Autres Pays" est de 2,17 jours et que 40,7% de ceux-ci séjournent un seul jour.

Il s'agit donc là d'un des risques que l'on prend lorsque l'on procède par échantillonnage et selon toutes probabilités, la clientèle espagnole de l'ensemble des établissements hôteliers de la région de Montréal pour

la période étudiée est relativement moins importante que ce que les résultats de notre étude indiquent.

Les autres pays ne contribuent que pour 2,7% des inscriptions totales. Parmi ces pays, seul le Mexique a une importance significative avec 0,6% des inscriptions totales.

3.2.1.1 Analyse de l'origine des touristes en fonction des autres variables.

Si l'analyse de l'origine de l'ensemble des touristes nous renseigne sur les caractéristiques de la clientèle, l'analyse de l'origine de la clientèle en rapport avec d'autres variables de l'étude nous informe sur son comportement. Cette information trouve également son utilité dans l'élaboration d'une stratégie de mise en marché que ce soit au niveau de l'établissement hôtelier, d'une Association touristique régionale ou du gouvernement.

3.2.1.2 Répartition de la clientèle selon l'origine et la classe d'établissement.

Le tableau suivant nous montre que selon leur classe, les établissements hôteliers font face à une clientèle dont les origines n'ont pas la même importance relative. En particulier, on constate que les établissements de 2 lys et de 3 lys accueillent un pourcentage de Québécois beaucoup plus élevé que l'ensemble des établissements, alors que ceux de 6 lys accueillent un pourcentage d'Américains passablement plus élevé que l'ensemble des établissements.

Tableau 10

Répartition procentuelle des inscriptions en fonction de l'origine du client et de la classe de l'établissement.

Classe d'établissement (nombre de lys)	Origine			
	Québec	Autres Provinces	États-Unis	Autres Pays
2	71	9	16	4
3	48	17	33	2
4	21	33	35	11
5	24	28	38	10
6	17	29	42	12
Total	30	26	34	9

3.2.1.3 **Répartition de la clientèle selon la classe d'établissement et l'origine**

Si à partir du tableau 10 on peut conclure par exemple que la forte majorité de la clientèle des établissement de 2 lys est d'origine québécoise, nous ne pouvons pas

nécessairement conclure l'inverse, c'est-à-dire que la majorité des Québécois préfèrent les établissements de 2 lys. Pour cela, il faut analyser nos résultats à partir des origines plutôt que des classes d'établissement. Le tableau suivant nous donne donc les préférences des clientèles par origine. Globalement, nous pouvons constater les tendances suivantes: les Québécois tendent à s'inscrire davantage dans des établissements de 2, 3, et 4 lys alors que les clients d'autres origines préfèrent de loin ceux de 4, 5 et 6 lys au point d'ignorer presque ceux de 2 et 3 lys.

Tableau 11

Répartition procentuelle des inscriptions en fonction de la classe d'établissement et de l'origine du client

Origine	Classe d'établissement (Nbre de lys) 2	3	4	5	6
Québec	36	13	26	8	17
Autres provinces	6	5	46	11	32
États-Unis	7	8	37	12	36
Autres pays	7	1	43	12	37
Total	15	8	37	10	30

3.2.1.4 Analyse des résultats en fonction de l'origine et en fonction de la taille de l'établissement

Puisqu'il y a une forte correspondance entre la classe d'un établissement et sa taille, il fallait s'attendre à ce que les résultats nous confirment que les établissements de 3 à 39 chambres d'une part et de 40 à 199 chambres d'autre part accueillent respectivement 62 % et 57 % de Québécois comme clients alors que ceux supérieurs à 200 chambres n'en accueillent que 20 %. Les établissements de 200 chambres et plus ont une clientèle qui est constituée à 30 % de Canadiens d'autres provinces et à 38 % de clients Américains.

L'analyse des résultats en fonction des origines nous montre également une similitude avec les tendances observées dans la section précédente. La clientèle québécoise se répartit à 11 % dans les petits établissements, à 39 % dans les moyens et à 50 % dans les grands. Par ailleurs, les Canadiens d'autres provinces fréquentent les grands établissements à 84 %, les Américains à 82 % et ceux d'autres origines à 91 %.

3.2.1.5 Répartition de la clientèle selon le mois d'inscription et l'origine

Le tableau 5 nous a déjà permis de constater que la clientèle ne se répartit pas tout à fait également durant les mois que nous avons étudié. Le tableau suivant nous permet d'observer que les Québécois se distinguent quelque peu des autres clientèles en ce sens qu'ils s'inscrivent relativement plus en juin et en septembre alors que les Canadiens d'autres provinces s'inscrivent relativement plus en août et en septembre et que les clients d'autres origines s'inscrivent relativement plus en juillet et en août. En particulier, seulement 16 % des inscriptions d'autres pays se font au mois de juin.

Tableau 12

Répartition procentuelle des inscriptions en fonction du mois de l'inscription et de l'origine du client.

Origine	Juin	Juillet	Août	Septembre
Québec	27	21	24	28
Autres provinces	20	22	30	28
États-Unis	20	28	28	24
Autres pays	16	30	30	24
Total	21,8	24,4	27,3	26,4

3.2.1.6 Répartition de la clientèle selon le type d'occupation et l'origine

Le tableau 7 nous a fournit la répartition de toutes les inscriptions selon le nombre d'occupants. Le tableau 13 nous permet de constater que ces résultats varient selon l'origine. En effet, les Québécois s'inscrivent à deux personnes dans une proportion plus forte que celle des trois autres groupes. Ils s'inscrivent à trois personnes ou plus, la moitié mais souvent que l'ensemble de la clientèle. Les Canadiens d'autres provinces s'inscrivent davantage a une personne de même que ceux d'autres pays. Pour leur part, les Américains s'inscrivent surtout à deux personnes et relativement plus souvent à trois personnes et plus que l'ensemble de la clientèle.

Tableau 13

Répartition procentuelle des inscriptions selon le type d'occupation et l'origine

Origine	Type d'occupation 1	2	3 et plus
Québec	36	61	3
Autres provinces	53	41	6
États-Unis	35	56	9
Autres pays	53	40	7
Total	42,0	52,1	5,9

3.2.2 La durée moyenne de séjour

La durée moyenne de séjour pour l'ensemble des inscriptions de la région de Montréal a été de 1,82 jours durant la période étudiée. Cette durée moyenne s'obtient en multipliant chaque inscription par le nombre de jours pour lequel le client s'est inscrit, en additionnant ces résultats et en divisant cette réponse par le nombre d'inscriptions. Par hypothèse, pour les fins de ces calculs, les inscriptions de "quatre (4) jours et plus" ont été traitées comme des inscriptions d'une d'une durée moyenne de cinq (5) jours. Rappelons que la durée moyenne de séjour a trait à la durée continue d'un client dans un même établissement ce qui ne doit pas être confondu avec la durée de séjour des touristes au Québec.

Cette durée moyenne de séjour globale est instructive, mais il est intéressant d'examiner ce résultat en fonction d'autres variables.

3.2.2.1 La durée moyenne de séjour selon la classe d'établissement

Plus un établissement hôtelier compte de lys, plus ses clients ont tendance à y séjourner longtemps tel qu'on peut le voir dans le tableau suivant.

Tableau 14

Durée moyenne de séjour selon la classification des établissements.

Classification	Durée moyenne de séjour
2	1,28
3	1,40
4	1,81
5	1,84
6	2,24

Le tableau précédent nous permet de constater que la durée moyenne de séjour est inférieure à la moyenne de séjour globale pour les établissements de 2 lys et de 3 lys, sensiblement égale à la moyenne globale pour les établissements de 4 lys et de 5 lys et supérieure à la moyenne pour ceux de 6 lys.

3.2.2.2 La durée moyenne de séjour selon la taille d'établissement

Tel qu'on peut le voir au tableau 15, la durée moyenne de séjour augmente aussi en fonction de la taille de l'établissement.

Tableau 15

Durée moyenne de séjour selon la taille de l'établissement.

Taille de l'établissement	Durée moyenne de séjour
3 à 39 chambres	1,23
40 à 199 chambres	1,42
200 chambres et plus	1,98

Sur la base de ce tableau, on constate que les établissements de moins de 200 chambres conservent leurs clients pour une durée moindre que la moyenne alors que ceux de 200 chambres et plus les conservent pour une moyenne de deux jours.

3.2.2.3 La durée moyenne de séjour selon le mois

La durée moyenne de séjour varie peu selon le mois de l'été au cours duquel le client s'est inscrit dans l'établissement hôtelier. On constate à peine une légère baisse de la durée moyenne de séjour durant les mois de juillet et août tel que l'illustre le tableau suivant.

Tableau 16

Durée moyenne de séjour selon le mois durant lequel le client s'est inscrit.

Mois	Durée moyenne de séjour
juin	1,90
juillet	1,75
août	1,76
septembre	1,90

3.2.2.4 La durée moyenne de séjour selon la journée de la semaine

La durée moyenne de séjour selon le jour de la semaine au cours duquel le client s'est inscrit dans l'établissement hôtelier présente certaines variations intéressantes. En effet, le dimanche, le lundi et le jeudi sont les journées où les clients s'inscrivent pour une période légèrement plus longue que la moyenne globale, alors que pour les autres jours la période d'inscription est légèrement inférieure à la moyenne globale.

Tableau 17

Durée moyenne de séjour selon la journée de la semaine au cours de laquelle le client s'est inscrit.

Journée	Durée moyenne de séjour
dimanche	1,99
lundi	2,01
mardi	1,75
mercredi	1,69
jeudi	1,89
vendredi	1,77
samedi	1,67

3.2.2.5 La durée moyenne de séjour selon le nombre d'occupants

Selon les données recueillies, environ 42% des inscriptions sont pour une personne, 52% pour deux personnes

et 6% pour trois personnes ou plus. Le tableau suivant nous fait voir que la durée moyenne de séjour pour les inscriptions à trois personnes ou plus est la seule qui s'écarte sensiblement de la durée moyenne globale.

Tableau 18

Durée moyenne de séjour selon le nombre d'occupants.

Nombre d'occupants	Durée moyenne de séjour
1	1,88
2	1,76
3 et plus	2,02

3.2.2.6 Durée moyenne de séjour selon l'origine

La durée moyenne de séjour dans un même établissement varie sensiblement en fonction de l'origine du client. Le tableau suivant nous montre que les clients Canadiens d'autres provinces séjournent plus longtemps que les clients Québécois, que les clients Américains et les clients d'autres origines séjournent plus longtemps que les clients Canadiens d'autres provinces.

Tableau 19

Durée moyenne de séjour selon l'origine.

Origine	Durée moyenne de séjour
Québec	1,40
Autres provinces canadiennes	1,83
États-Unis	2,10
Autres pays	2,17

L'analyse de la répartition globale de la durée de séjour nous indique que 53,8% de la clientèle ne réside qu'un seul jour dans un même établissement hôtelier alors que 26,6% y réside 2 jours, 11,4% y réside 3 jours et 8,2% y réside 4 jours et plus. Le tableau suivant reproduit ces résultats en termes absolus et en termes relatifs pour les quatre principales origines que nous avons identifiées. Nous pouvons y constater qu'en pourcentage, la clientèle qui provient de l'extérieur du Québec est de deux à quatre fois plus importante que celle qui provient du Québec pour les durées de séjour de 2, 3 et 4 jours ou plus.

Tableau 20

Répartition de la durée de séjour de la clientèle selon les quatre grandes origines.

Durée de séjour	Origines									
	Québec		Ailleurs au Canada		États-Unis		Autres		Total	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
1	8351	(77)	4834	(51)	4757	(39)	1355	(41)	19297	(53,8)
2	1543	(14)	2841	(30)	4288	(35)	872	(27)	9544	(26,6)
3	501	(5)	1103	(12)	1878	(15)	611	(19)	4093	(11,4)
4 et plus	445	(4)	716	(7)	1358	(11)	428	(13)	2947	(8,2)
	10 840		9 494		12 281		3 266		35 881	

3.2.2.6.1 La durée moyenne de séjour des Québécois

La durée moyenne de séjour des Québécois selon leur région d'origine varie sensiblement selon leur degré d'éloignement de Montréal. On remarquera dans le tableau suivant que la durée moyenne la plus élevée demeure en deça de la durée moyenne de séjour des trois autres grandes origines.

Tableau 21

Durée moyenne de séjour des Québécois selon leur région d'origine.

Origine	Durée moyenne de séjour
Richelieu-Rive-Sud	1,15
Montréal	1,29
Pays-de-l'Érable	1,44
Laurentides	1,46
Outaouais	1,49
Mauricie, Bois-Franc et Centre-du-Québec	1,51
Bas-St-Laurent	1,57
Abitibi, Témiscamingue	1,59
Estrie	1,60
Saguenay, Lac-St-Jean, Chibougamau	1,65
Québec	1,65
Autres régions du Québec (7)	1,63

3.2.2.6.2 La durée moyenne de séjour des Canadiens autres que Québécois

La durée moyenne de séjour des Canadiens autres que Québécois est de 1,83 et elle varie relativement peu d'une province à l'autre. Le tableau suivant nous fournit cette donnée pour les autres provinces du Canada.

Tableau 22

Durée moyenne de séjour des Canadiens autres que Québécois.

Origine	Durée moyenne de séjour
Maritimes	1,89
Ile-du-Prince-Édouard	1,73
Nouveau-Brunswick	1,87
Nouvelle-Écosse	1,88
Terre-Neuve	1,99
Ontario	1,78
Ouest canadien	2,07
Alberta	1,95
Colombie-Britanique	2,07
Manitoba	2,19
Saskatchewan	2,35

Encore une fois, on remarque au niveau des grandes régions que la durée moyenne de séjour du touriste tend à s'accroître avec la distance qui le sépare du Québec, bien que l'analyse par province ne nous permet pas de tirer une conclusion aussi définitive.

3.2.2.6.3 La durée moyenne de séjour des Américains

La durée moyenne de séjour des Américains qui proviennent de régions limitrophes au Québec a tendance à être moins élevée que celle de ceux qui proviennent de régions éloignées. Encore une fois se dégage une certaine constante à l'effet que les touristes de régions rapprochées viennent en plus grand nombre mais séjournent moins longtemps, tout au moins dans un même établissement. Le tableau 23 illustre cette affirmation.

Tableau 23

Durée moyenne de séjour des Américains selon l'importance relative de la région.

Région	Durée moyenne de séjour	Pourcentage
Marché primaire	2,00	41,2
Atlantique-Centre	2,00	41,2
Marchés secondaires	2,08	43,5
Nouvelle-Angleterre	2,01	18,0
Atlantique-Sud	2,16	11,9
Centre Nord-Est	2,25	13,6
Marchés marginaux	2,29	15,3
Centre Sud-Est	1,68	0,9
Centre Nord-Ouest	2,12	2,0
Centre Sud-Ouest	2,25	2,9
Montagnes	2,68	2,1
Pacifique	2,31	7,4

3.2.2.6.4 La durée moyenne de séjour des touristes des "Autres Pays"

La durée de séjour des étrangers est pratiquement constante qu'il s'agisse d'Américains ou d'étrangers d'autres origines. Le tableau suivant liste la durée de séjour des touristes des principales origines autres que canadiennes ou américaines.

Tableau 24

Durée moyenne de séjour des étrangers d'"autres pays".

Origine	Durée moyenne de séjour
Espagne	1,31
Pays-Bas	1,65
Mexique	2,22
France	2,25
Allemagne de l'ouest	2,33
Angleterre	2,54
Autres pays d'Amérique	2,73
Moyenne pondérée "autres pays"	2,17

La durée moyenne de séjour des touristes d"autres pays" avec 2,17 est pratiquement la même que celle des touristes américains qui est de 2,10. Toutefois, la clientèle transitaire de pays comme l'Espagne et les Pays-Bas qui est respectivement de 83,7% et de 66,1% nous apparaît anormalement élevée pour la catégorie "Autres Pays" puisque dans l'ensemble, on retrouve 40,7% des inscriptions qui ne sont que pour un soir. En excluant ces deux pays dans l'établissement de la durée moyenne de séjour de cette catégorie, on obtient une durée moyenne de séjour de 2,30 ce qui devient une durée moyenne appréciablement supérieure à celle des touristes américains.

3.2.2.7 Commentaires

La durée moyenne de séjour des clients dans un établissement hôtelier est relativement basse attestant ainsi que la clientèle des établissements hôteliers de la région de Montréal en est une qui est essentiellement de passage plutôt que de séjour. Ceci est particulièrement vrai s'il s'agit de la clientèle du coeur de la saison estivale, c'est-à-dire du mois de juillet et août, d'un petit établissement hôtelier et dont la

classification est peu élevée. Par ailleurs, plus la clientèle vient d'une origine éloignée, plus elle a tendance à prolonger son séjour dans un même établissement. Toutefois, même dans cette circonstance, la clientele doit être qualifiée de clientèle de passage.

Cette section nous a permis d'en connaître davantage sur la durée moyenne de séjour des touristes. Préalablement, nous avions fait part de la répartition des inscriptions selon les origines. Dès lors, en multipliant le pourcentage des inscriptions selon l'origine par la durée moyenne de séjour de ces touristes, nous sommes maintenant en mesure de connaître la part de marché des clients selon l'origine. Le tableau suivant nous indique la part du marché en fonction du nombre de jours d'occupation de la clientèle répartie selon les grandes origines. On remarquera qu'il s'agit ici de la part du marché établie en fonction du nombre total de jours d'occupation et non de la part du marché déterminée en dollars, information qui nous fait défaut puisque nous ne disposons pas de l'information relative au prix de chaque inscription.

Tableau 25

Répartition procentuelle des jours d'occupation selon l'origine.

Origine	Part du marché selon le nombre de jours d'occupation
États-Unis	39,5%
Autres provinces canadiennes que le Québec	26,2%
Québec	23,3%
Autres pays	11,0%
Total	100,0%

En comparant ces informations avec les parts de marché établies en fonction des inscriptions seulement, on constate que les parts de marché de la clientèle américaine et de celle des "Autres Pays" s'accroissent sensiblement, que celle des "Autres provinces canadiennes que le Québec" demeure stable et que celle du Québec baisse sensiblement.

3.2.3 Le taux d'occupation des établissements hôteliers

La méthode de collecte des données que nous avons utilisée ne nous donne pas directement le taux d'occupation des établissements d'une région. Il faut plutôt l'estimer de façon indirecte soit en trouvant d'abord le taux quotidien d'inscriptions puis en déterminant la durée moyenne de séjour. Le produit de ces deux résultats nous fournit le taux d'occupation.

A titre d'exemple, le taux d'occupation pour la région de Montréal a été obtenu par la démarche suivante.

1-Calcul du taux quotidien d'inscription.

$$\text{Taux quotidien d'inscriptions} = \frac{\text{Nombre total d'inscriptions} \times 100}{\text{Nombre de chambres disponibles dans notre échantillon} \times \text{Nombre de jours échantillonnés}}$$

$$\text{Taux quotidien d'inscriptions} = \frac{36\,243 \times 100}{4\,571 \times 28}$$

$$\text{Taux quotidien d'inscriptions} = 28{,}32\%$$

2- Calcul de la durée moyenne de séjour

Durée moyenne de séjour - $\frac{\text{Nombre total de jours pour lesquels les clients se sont inscrits (1)}}{\text{Nombre total d'inscriptions}}$

Durée moyenne de séjour - $\frac{65\ 613}{35\ 987}$

Durée moyenne de séjour - 1 823

3- Calcul du taux d'occupation

Taux d'occupation - Taux quotidien d'inscription x Durée moyenne de séjour

Taux d'occupation - 28,32% x 1,823

Taux d'occupation - 51,6%

Selon les informations recueillies dans notre recherche, le taux d'occupation pour les établissements hôteliers de la région de Montréal pour les mois de juin à septembre 1982 a été de 51,6%. Ce taux est certes plus bas que la croyance générale bien que jusqu'à 1982, il

---

Note (1): Le nombre total de jours pour lesquels les clients se sont inscrits s'obtient par l'addition des produits obtenus en multipliant le nombre d'inscriptions pour un jour par un, le nombre d'inscriptions pour deux jours par deux, le nombre d'inscriptions pour trois jours par trois, le nombre d'inscriptions pour 4 jours et plus par cinq, chiffres que nous avons convenu d'utiliser pour cette catégorie.

n'existait pas de données comparables sur lesquelles nous puissions accorder une très grande foi. Cette lacune a été corrigée depuis juin 1983, date à compter de laquelle le Bureau de la Statistique du Québec (B.S.Q.) a commencé à publier des données mensuelles régionales sur les taux d'occupation. Selon le B.S.Q., les taux d'occupation pour les établissements hôteliers de la région de Montréal pour les mois de juin, juillet, août et septembre 1983 furent de 66 %, 62 %, 71 % et 71 %. Toutefois, il est de notoriété générale dans l'industrie touristique que l'année 1982 fut une année creuse pour cette industrie et les résultats obtenus ne sont certainement pas comparables à ceux de 1983.

Par ailleurs, une étude de Weiss, Brazeau, Laventhol et Horwath qui reproduit des données recueillies par l'Association des hôteliers du grand Montréal auprès de ses membres indique que le taux d'occupation moyen pour l'année 1982 fut de 59%. Pour les quatre mois qui nous concernent, nous avons calculé, à partir de leurs chiffres, que le taux d'occupation devait avoisiner 65%. Toutefois, ici encore les données de cette étude ne sont pas tout à fait comparables aux nôtres particulièrement à cause de l'échantillon utilisé et du mode de cueillette des données employé. En effet, la région de Montréal n'englobe pas tout à fait le même territoire dans les deux études et par ailleurs, compte tenu que cette association compte surtout comme membres les grands hôtels et motels de sa région, leur importance serait encore plus surévaluée dans leur échantillon que dans le nôtre.

S'il est vraisemblable que le taux d'occupation global soit sous-estimé, les taux d'occupation que nous avons

calculés en fonction d'autres variables de l'étude, c'est-à-dire la classe d'établissement, la taille d'établissement et le mois seront aussi vraisemblablement sous-estimés. Toutefois, selon cette hypothèse extrême, il demeure quand même intéressant d'examiner ces taux afin de connaître leur importance relative à l'intérieur de chaque classe de chaque variable. En effet, il n'y a pas de raison de croire que l'importance relative de ces taux ait pu être altérée suite à une faille virtuelle dans notre recherche.

3.2.3.1 Le taux d'occupation selon la classe d'établissement

Le taux d'occupation a varié sensiblement selon la classe d'établissement. Les établissements de 6 lys sont ceux qui ont connu le taux d'occupation le plus élevé avec 61,9%. Toutes les autres classes d'établissements ont connu un taux d'occupation inférieur à la moyenne tel que l'indique le tableau suivant.

Tableau 26

Taux d'occupation selon la classe d'établissement.

Classe d'établissement	Taux d'occupation
2 lys	50,2%
3 lys	42,5%
4 lys	48,8%
5 lys	42,8%
6 lys	61,9%
Total pondéré	51,6%

3.2.3.2 Le taux d'occupation selon la taille de l'établissement

Compte tenu qu'il y a une certaine correspondance entre le nombre de chambres que possède un établissement et sa classification, les taux d'occupation obtenus pour les différentes tailles d'établissement étonnent, à priori tout au moins. En effet, les établissements de moins de 39 chambres ont eu un taux d'occupation de 61,6%, ce qui est sensiblement supérieur au taux moyen. Les établissements de 200 chambres et plus ont également eu un taux d'occupation supérieur à la moyenne. Ce sont ceux de taille moyenne qui font baisser le taux d'occupation. En fait, les taux d'occupation obtenus en fonction de la classe d'établissement et de la taille d'établissement ne sont réconciliables que par le fait bien évident que l'on retrouve la presque totalité des chambres dans les établissements hautement classifiés et dans les établissements de grande taille tel qu'on l'a déjà constaté dans les tableaux 3 et 4.

Tableau 27

Taux d'occupation selon la taille de l'établissement.

Taille de l'établissement	Taux d'occupation
3 à 39 chambres	61,6%
40 à 199 chambres	46,7%
200 chambres et plus	52,4%
Total	51,6%

3.2.3.3 Le taux d'occupation selon le mois

Tel qu'on peut le constater dans le tableau suivant, le taux d'occupation varie sensiblement selon le mois de l'été. Pour l'été 1982, ce taux a eu tendance à s'accroître à chaque mois.

Tableau 28

Taux d'occupation selon le mois.

Mois	Taux d'occupation
juin	46,5%
juillet	48,0%
août	54,1%
septembre	56,5%
Total pondéré	51,6%

L'hypothèse que l'on peut avancer pour expliquer cette progression est à l'effet que dès le mois de juin le tourisme d'affaires diminue sensiblement puis est graduellement remplacé par le tourisme d'agrément. Au mois de septembre, le tourisme d'affaires reprend alors que le tourisme d'agrément, particulièrement celui qui vient d'en dehors du Québec, demeure relativement important.

3.2.3.4 Commentaires

Bien que l'été 1982 fut mauvais pour l'industrie hôtelière de Montréal, il est peu probable que le taux d'occupation réel ait été aussi bas que celui que notre étude nous a permis d'établir soit 51,6%. Nous soumettons que ce taux a dû se situer entre 55% et 60%. En dépit du fait que nous ayons pris le maximum de

précautions pour recueillir toutes les inscriptions des établissements et des journées déterminées dans notre étude, un certain nombre d'inscriptions ont dû inévitablement nous échapper pour différents motifs que nous avons évoqué précédemment. Toutefois, nous croyons que le chiffre que nous avons trouvé donne un ordre de grandeur valable et confirme l'impression générale dans l'industrie à l'effet que l'été 1982 fut l'un des plus mauvais depuis très longtemps.

3.2.4 L'importance relative du tourisme de groupe

Précisons d'abord que furent considérés comme touristes de groupe, les clients faisant parti d'un voyage organisé et ceux venant assister à un congrès ou toute manifestation apparentée.

Dans les grands établissements hôteliers, cette information est inscrite au moyen d'un code sur la fiche d'inscription du client. Les hôteliers ayant consenti à nous fournir leur code respectif, cette information a pu être facilement recueillie. Rappelons ici que les grands établissements hôteliers de 200 chambres et plus nous ont fourni 73,7% des inscriptions.

En général, plus l'établissement est petit, moins il est probable qu'il dispose d'un code pour identifier ses catégories de clients. Dans les cas ou nous ne trouvions pas un tel code, nous avons consulté le système parallèle de réservations des hôteliers. En effet, pour les réservations de groupes, ceux-ci ont tous un système de réservation quelconque où l'on retrouve les informations désirées. Il est donc peu probable que cette information ait pu nous échapper pour un nombre significatif d'inscriptions.

3.2.4.1 Importance relative des types de touristes selon la classe d'établissement.

Nos résultats globaux nous indiquent que 17,3% des inscriptions se rapportent à une clientèle de groupe alors que 82,7% de celles-ci se rapportent à une clientèle autonome. Tel qu'on peut l'observer dans le tableau suivant, cette répartition varie beaucoup selon la classe d'établissement.

Tableau 29

Importance relative des types des touristes selon la classe d'établissement.

Classe d'établissement	Types de touriste	
	Autonome	Groupe
2 lys	96,2%	3,8%
3 lys	96,4%	3,6%
4 lys	87,1%	12,9%
5 lys	69,6%	30,4%
6 lys	71,1%	28,9%

Les établissements de 2 et 3 lys comptent presque seulement sur une clientèle autonome alors que les établissements de 5 et 6 lys comptent sur une clientèle de groupe importante.

3.2.4.2 Importance relative des types de touristes selon la taille de l'établissement.

Lorsqu'on examine l'importance relative du tourisme de groupe en fonction de la taille de l'établissement, on constate que dans la région de Montréal, presque toute cette clientèle s'héberge dans les établissements de 200 chambres et plus.

Tableau 30

Importance relative des types de touristes selon la taille de l'établissement.

Taille de l'établissement	Types de touriste	
	Autonome	Groupe
3 à 39 chambres	99,1%	0,4%
40 à 199 chambres	95,3%	4,4%
200 chambres et plus	77,2%	22,2%

En termes absolus, la clientèle de groupe totalise 6209 inscriptions dont 5873 dans des établissements de 200 chambres et plus ce qui correspond à 94,6% des inscriptions de la clientèle de groupe.

3.2.4.3 Importance relative des types de touristes selon le mois

D'un mois à l'autre de l'été, les proportions respectives de touristes autonomes versus touristes de groupes sont relativement stables à l'exception peut être du mois de juillet où la proportion de touristes de groupes s'accroît sensiblement.

Tableau 31

Importance relative des types de touristes selon le mois.

Mois	Types de touriste	
	Autonome	Groupe
juin	81,8%	18,2%
juillet	78,6%	21,4%
août	86,0%	14,0%
septembre	84,9%	15,1%
Total pondéré	82,7%	17,3%

3.2.4.4 Importance relative des types de touristes selon la durée de séjour.

Les touristes qui viennent en groupe ont une durée moyenne de séjour de 1,91 jour alors que ceux qui s'inscrivent de façon autonome ont une durée moyenne de séjour de 1,80. Le tableau suivant nous permet de constater que c'est surtout au niveau de la durée de séjour de deux jours que le comportement des touristes autonomes et de groupes diverge par rapport à celui de l'ensemble des touristes.

Tableau 32

Importance relative des types de touristes selon la durée de séjour.

Durée de séjour	Types de touriste	
	Autonome	Groupe
1 nuit	85,2%	14,7%
2 nuits	77,6%	22,3%
3 nuits	83,4%	16,5%
4 nuits et plus	81,8%	18,2%
Total pondéré	82,7%	17,3%

3.2.4.5 Importance relative des types de touristes selon les principales origines.

Le tableau suivant nous incite à faire la généralisation suivante à savoir que plus le touriste vient de loin, plus il a tendance à venir en groupe. En effet, les Québécois viennent en groupe quatre fois moins souvent que l'ensemble de la clientèle alors que les touristes provenant des origines regroupées sous le vocable "Autres Pays" viennent en groupe plus de deux fois plus que l'ensemble de la clientèle.

Tableau 33

Importance relative des types de touristes selon les principales origines.

Origines	Types de touriste	
	Autonome	Groupe
Québec	95,7%	4,3%
Autres provinces canadiennes	87,8%	12,2%
États-Unis	72,9%	27,1%
Autres pays	62,5%	37,5%
Total pondéré	82,7%	17,3%

4. CONCLUSION

La méthodologie de cette étude avait la particularité de nous amener à recueillir l'information directement auprès des fiches d'inscription des clients dans les établissements hôteliers choisis au hasard. Cette démarche se distingue par le fait que nous sommes aller recueillir des informations factuelles directement à la source. Dans d'autres études similaires, les chercheurs ont eu tendance à recueillir leurs informations en s'adressant à des touristes ou à des touristes virtuels d'une part ou aux hôteliers d'autre part.

Dans l'ensemble, les résultats que nous avons obtenus ne nous ont pas révélé de faits très nouveaux. Ils confirment généralement ce que d'autres études de clientèle nous ont permis de savoir ou ce que l'expérience a enseigné aux intervenants touristiques.

En effet, l'importance relative des clientèles selon l'origine était déjà passablement bien documentée. Une surprise peut-être pour certains est l'importance relativement grande de la clientèle locale pour les hôteliers de la région de Montréal. En second lieu, la durée moyenne de séjour que nous avons établi est courte et elle confirme que la clientèle en est essentiellement une clientèle de passage ou tout au plus une clientèle de très court séjour. En troisième lieu, le taux d'occupation que nous avons calculé sous-estime vraisemblablement la réalité, mais il tend à confirmer des taux d'occupation relativement bas pour les hôteliers de la région de Montréal, particulièrement durant l'été 1982 qui selon l'opinion généralement répandue dans l'industrie touristique fut très mauvais pour cette dernière. Enfin, le tourisme de groupe avoisine 20% durant la saison estivale et se concentre presqu'exclusivement dans les grands établissements.

En conclusion, la démarche utilisée nous a permis dans l'ensemble de confirmer les résultats d'autres études et les opinions développées à même l'expérience des membres de l'industrie. Des études de cette nature sont nécessaires, mais l'ampleur de la tâche de la cueillette des données occasionnée par notre démarche nous porte à penser que les méthodologies habituelles peuvent apporter autant sans être aussi fastidieuses.

5. LES FAITS SAILLANTS DE L'ÉTUDE SUR LES TOURISTES AYANT SÉJOURNÉ DANS LES ÉTABLISSEMENTS HÔTELIERS DE LA RÉGION MÉTROPOLITAINE DE QUÉBEC ET COMPARAISON AVEC LES RÉSULTATS DE L'ÉTUDE DE LA RÉGION DE MONTRÉAL

5.1 Faits saillants de l'étude de la région de Québec

Cette étude avait comme objectif général d'ajouter à nos connaissances sur la clientèle touristique du Québec et plus particulièrement sur des questions relatives à son origine, à sa durée de séjour, au taux d'occupation des établissements hôteliers et à l'importance relative de la clientèle de groupe par rapport à la clientèle autonome.

Nous avons consulté environ 29 000 fiches d'enregistrement prélevées auprès de 22 établissements et réparties sur 28 jours de l'été 1982. Lors de la cueillette des données, nous avons réparti la clientèle en 120 origines possibles. Pour l'analyse des résultats, nous avons ramené ce nombre à 63 origines dont l'importance s'est avérée significative.

La répartition des inscriptions selon les quatre grandes origines nous donne le résultat suivant: le Québec 46,5%, les États-Unis 31,2%, les autres provinces canadiennes 19,1% et les autres origines 3,2%.

La région de Montréal vient au premier rang avec 42,4 % de la clientèle québécoise. Environ 83 % de la clientele américaine réside a moins de 1 000 milles de la ville de Québec, la région métropolitaine de New York fournissant 15,1 % de la clientèle américaine. Quant aux inscriptions d'autres provinces canadiennes que le Québec, l'Ontario en fournit 73,3% et la région de Toronto contribue à 33,6% de cette province. Aucune autre province ne fait une contribution importante. La clientèle d'"autres pays" provient surtout de l'Europe de l'Ouest avec 59,4% de la clientèle de ce groupe. De ce groupe d'"autres pays", la France vient en tête, suivie respectivement du Japon et du Mexique.

Sur la base des inscriptions, la provenance de la clientèle varie considérablement selon la classe d'établissement, les établissements de 2, 3 et 4 lys recevant davantage une clientèle québécoise alors que les établissements d'une classification plus élevée reçoivent considérablement plus de clients étrangers qu'attendu statistiquement.

La durée moyenne de séjour pour l'ensemble des inscriptions a été de 1,82 jour. Plus l'établissement compte de lys, plus la durée moyenne de séjour s'allonge passant de 1,28 jour pour les établissements de 2 lys à 2,29 jours pour les établissements de 6 lys. L'origine du client influence également la durée moyenne de séjour. En général, plus le client vient de loin, plus il séjourne longtemps dans le même établissement tel que l'indiquent les résultats suivants: Québec (1,51), autres provinces canadiennes (2,04), "autres pays" (2,06) et États-Unis (2,12). Ces résultats confirment que la clientèle est essentiellement une clientèle de passage ou tout au plus une clientèle de très court séjour.

L'importance relative de la clientèle selon les quatre grandes origines a été évaluée en pondérant l'importance relative des inscriptions de ces régions par leur durée moyenne de séjour respective. Ainsi, sans que leur rang d'importance ne change, la part du marché québécois diminue à 38,6 %, tandis que celle du marché américain monte à 36,3 %, celle du marché des autres provinces canadiennes monte à 21,4 % et celle des autres origines monte à 3,7 %.

Le taux d'occupation global pour l'été 1982 fut évalué à 71.8%. Ce taux d'occupation varie sensiblement selon la classe d'établissement, ceux de 2 lys affichant un taux d'occupation de 61,6% et ceux de 3 lys 83.2%. Pour la taille, ce sont les petits et moyens établissements qui ont le meilleur taux d'occupation avec 74% versus 71% pour ceux de grande taille (200 chambres et plus).

En ce qui concerne les types de clientèle, nous avons considéré comme touristes de groupes, les clients faisant partie d'un voyage organisé et ceux venant assister à un congrès ou à toute manifestation apparentée, les autres clients étant considérés comme clients autonomes. Selon l'information disponible chez les hôteliers, nous avons répertorié au moins 21,8% des inscriptions qui correspondaient à notre définition de touristes de groupes. Toutefois, ce résultat varie considérablement selon la classe d'établissement. A titre d'exemple, les établissements de 2 lys comptaient 1,7% de leur clientèle qui correspondait à cette définition alors que ceux de 6 lys en comptaient 38,8%.

Selon l'origine du client, on observe des différences importantes dans la répartition du type de clientèle. En effet, la clientèle de groupe est de 8,0% pour les Québécois, de 23,5% pour les Canadiens des autres provinces, de 36,4 % pour ceux des "autres pays" et de 39,7 % pour les "Américains".

A partir des résultats de l'étude, on peut tirer un certain profil comparatif des clientèles selon leur origine en examinant comment ces clientèles se démarquent de l'ensemble de la clientèle.

De façon générale, la clientèle d'origine québécoise provient surtout de la région de Montréal, voyage de façon autonome plus que toute autre, s'inscrit plus souvent à 1 personne et à 3 personnes et plus, davantage dans des établissements de quatre et deux lys et y séjourne moins longtemps que l'ensemble de la clientèle.

La clientèle des autres provinces canadiennes provient surtout de l'Ontario (73,3%) et particulièrement de Toronto (24,6%). Cette clientèle voyage plus souvent de façon autonome et s'inscrit plus souvent à deux personnes. Sa durée de séjour est la plus faible de tous les touristes autres que du Québec, mais de peu. Elle préfère un peu plus les établissements de 5 et 6 lys tout en ne dédaignant pas les autres lys.

La clientèle américaine provient à 83% d'un rayon inférieur à 1 000 milles de Québec, très souvent de la région de New York City (15,1%). Cette clientèle s'inscrit à deux personnes beaucoup plus souvent que la moyenne et à trois personnes et plus très souvent. Sa durée de séjour est sensiblement supérieure à la moyenne (2,12). Cette clientèle est celle qui voyage le plus souvent en groupe (39,7%), fréquente peu les établissements de 2 et 4 lys se retrouvant le plus souvent dans les établissements de 6 lys (47% de la clientèle des 6 lys).

La clientèle des autres pays provient majoritairement de l'Europe de l'ouest (59,4%). C'est celle qui voyage le plus souvent en groupe (36,4%) et qui séjourne le plus longtemps dans le même établissement (2,06 jours) après les Américains, les suivant de près dans ces deux cas. Elle a tendance à s'inscrire à deux et à trois personnes et plus. Cette clientèle semble avoir une préférence pour les établissements de 6 lys.

5.2 Comparaison schématique des principaux résultats obtenus dans les deux études

- L'origine de la clientèle

	Montréal	Québec
A-Répartition selon les grandes origines		
États-Unis	34,2 %	31,2 %
Québec	30,3	46,5
Autres provinces	26,1	19,1
Autres origines	9,2	3,2
B-Importance relative de la clientèle locale	16,1 %	4,2 %
C-Pourcentage de la clientèle américaine qui provient d'un rayon inférieur à 1 000 milles	85,0 %	83,0 %
D-Pourcentage de la clientèle des "autres provinces" qui provient de l'Ontario	74,3 %	73,3 %
E-Pourcentage de la clientèle qui provient des cinq principales villes		
Montréal	16,1%	19,7 %
Toronto	8,0	4,7
New York et Long Island	6,7	4,7
Québec	4,3	4,2
Ottawa	2,8	2,3

- La durée moyenne de séjour

	Montréal	Québec
A-Durée moyenne de séjour global	1,82 %	1,82 %
B-Selon l'origine		
Québec	1,40%	1,51 %
Autres provinces canadiennes	1,83	2,04
États-Unis	2,10	2,12
Autres pays	2,17	2,06

- Répartition procentuelle des jours d'occupation selon l'origine

États-Unis	39,5 %	36,3 %
Autres provinces canadiennes	26,2	21,4
Québec	23,3	38,6
Autres pays	11,0	3,7

- Taux d'occupation

A-Taux d'occupation	51,6 %	71,8 %
B-Taux d'occupation selon la classification		
2 lys	50,2 %	61,6 %
3 lys	42,5	83,2
4 lys	48,8	79,0
5 lys	42,8	62,4
6 lys	61,9	76,9

C-Taux d'occupation selon le mois	Montréal	Québec
Juin	46,5 %	56,7 %
Juillet	48,0	79,5
Août	54,1	81,4
Septembre	56,5	68,5

• Importance relative du tourisme de groupe	Montréal	Québec
A-Importance relative du tourisme de groupe dans tout l'échantillon	17,3 %	21,8 %
B-Importance relative du tourisme de groupe selon la classe d'établissement		
2 lys	3,8 %	1,7 %
3 lys	3,6	7,5
4 lys	12,9	14,8
5 lys	30,4	20,6
6 lys	28,9	38,8
C-Importance relative du tourisme de groupe selon le mois		
Juin	18,2 %	19,7 %
Juillet	21,4	21,0
Août	14,0	18,4
Septembre	15,1	28,4

D-Importance relative du tourisme de groupe selon l'origine	Montréal	Québec
Québec	4,3 %	8,0 %
Autres provinces canadiennes	12,2	23,5
États-Unis	27,1	39,7
Autres pays	37,5	36,4